

<<零售江湖之导购>>

图书基本信息

书名：<<零售江湖之导购>>

13位ISBN编号：9787509008584

10位ISBN编号：7509008581

出版时间：2012-8

出版时间：当代世界出版社

作者：余杰奇

页数：140

字数：150000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## &lt;&lt;零售江湖之导购&gt;&gt;

## 前言

零售业是国民经济发展的晴雨表，也是近年来中国发展最快、最具生机的行业。

几乎我们每个人都能感受到中国零售业这种翻天覆地的变化，并因这种变化使得自己的生活品质得到提升。

中国零售业发展至今日，已成为一个相对成熟的行业。

如今零售市场的竞争日趋激烈，尤其是随着信息产业的快速发展和普及，零售资讯的交流变得越来越容易，消费者可以轻易地通过互联网，找到任何感兴趣的商品信息，并能够轻松地进行网上交易，这无疑给零售业的从业人员带来了更大的挑战和压力。

零售江湖丛书就是基于目前零售行业现状，充分分析了中国零售消费市场的实际状况，并结合作者多年的智慧经验，以解决零售行业管理实际问题为导向，围绕门店管理和卖场中的人所应具备的素质、技能两个方面展开论述。

论述深入浅出，通俗易懂，同时书中还穿插了大量实例和漫画，使内容能够更加生动形象。

本系列丛书共四本，不仅可以作为零售业从业员的实践指导工具，而且也可以作为零售门店内部的培训教材，同时也是大、中专毕业生进行职业化训练与学习的辅导用书。

《大话零售江湖》分析了中国零售业发展脉络，并从门店建设、商品、销售、服务与门店发展五项核心技能入手，并配以实用的操作工具，有效提升了零售终端人员专业素质。

《零售江湖之店长》从细节入手，阐述了店长应具备的各项能力，同时列举了大量实例，生动形象地让读者全面了解店长工作的各个方面，为店长的工作指明了方向。

《零售江湖之门店》从门店的选址布局、卖场形象、货品管理、人员管理、业绩管理、顾客管理、促销管理等方面展开，详述了门店管理技巧，是专门为门店经营者精心准备的实用手册。

《零售江湖之导购》主要阐述了导购应具备的各项能力，包括心态管理、服务实战、岗位能力素质、销售实战演练、顾客投诉应对、商品陈列、店务处理等，使得读者能够全面、完整地理解导购工作，是一本实用性很强的导购人员从业指导用书。

特别值得一提的是，本系列丛书通过以下的特点，增强了丛书的可读性及可借鉴性。

1. 针对性，实用性 丛书从中国终端零售业的实际出发，理论与实际相结合，管理理念与经典案例相结合，语言通俗易懂，易于大众接受。

本套丛书的各章节都设置了情景化的互动内容，贴近零售终端一线人员的工作实际，具有指导性、趣味性和实用性。

2. 讲求知识的系统性 丛书以培养应用型人才为目标，以“做中学、做中教”为理念，围绕门店的日常运营、管理以及门店业绩提升等要素展开，力求提供一个解决店铺运作环节中各种问题的系统化方案。

这将有利于零售业从业员，在了解自身情况的基础上，有针对性地进行训练，各项能力得到迅速提高。

3. 体例活泼，图文并茂 丛书中包含“案例链接”、“行家点评”、“实战演练”等栏目，并配有漫画图片和有趣的成语故事，使栏目更加丰富多彩，避免理论论述的枯燥乏味，可读性、实用性强。

本套丛书在编写过程中得到众多专家、学者的支持与帮助，在此向他们表示衷心的感谢！

由于零售业领域的管理在国内尚处于探索阶段，本套丛书的推出旨在解行业之急需，仓促中缺点和不足在所难免，欢迎广大读者提出宝贵意见和建议。

余杰奇 2012年7月

## <<零售江湖之导购>>

### 内容概要

零售业是国民经济发展的晴雨表，也是近年来中国发展最快、最具生机的行业。

几乎每个人都能感受到中国零售业的这种翻天覆地的变化，因为这种变化和我们生活品质的提升息息相关。

余杰奇所著的《零售江湖之导购(首都职工素质建设工程专版教材)》主要阐述了导购应具备的各项能力，包括心态管理、服务实战、岗位能力素质、销售实战演练、顾客投诉应对、商品陈列、店务处理等，使得读者能够全面、完整地 了解导购工作，是一本实用性很强的导购人员从业指导用书。

通过阅读学习《零售江湖之导购(首都职工素质建设工程专版教材)》，能够掌握如何巧妙地把握顾客消费心理，做好顾客服务，步步为营，赢得顾客好感，最终达成交易的本领。这是成功的门店导购所必须修炼的课程。

<<零售江湖之导购>>

作者简介

余杰奇

国家注册高级人力资源管理师，劳动和社会保障部国家注册企业培训师认证班导师，国内著名连锁经营、终端培训管理专家和咨询顾问终端，标准化体系构建咨询项目权威专家。  
守正管理咨询创始人，广州守正企业管理咨询公司总经理。

## <<零售江湖之导购>>

### 书籍目录

#### 第1章 导购的角色定位与岗位职责

- 一、优秀导购的角色扮演
- 二、准确把握顾客的需求
- 三、导购对企业终端的重要性
- 四、做导购，专业知识很重要
- 五、导购仪容代表规范
- 六、站姿体态，导购无声的语言
- 七、导购服务礼仪规范
- 八、服务行业常用的礼貌用语

#### 第2章 信心十足打造“专业+贴心”的服务

- 一、掌握顾客购买心理的8个阶段
- 二、明明白白顾客的心
- 三、不同类型顾客销售策略
- 四、卖场销售4S
- 五、营造销售语言魅力
- 六、接听顾客电话也要讲方法

#### 第3章 卖场销售实战演练

- 一、寻找时机，主动相迎
- 二、主动接受购物信号
- 三、善用赞美，激发顾客购买
- 四、销售技巧决定顾客的购买欲望
- 五、通过询问发现顾客的需求
- 六、让犹豫的顾客下决心达成交易
- 七、小细节带动回头客

#### 第4章 店务实践管理演练

- 一、开店前准备及检查要点
- 二、开店前店务检查与准备
- 三、夕会要以检讨实际活动为出发点
- 四、闲暇状态及商品点验方法
- 五、滞销商品的处理技巧
- 六、竞争商店调研着眼点

#### 第5章 化危机为转机的顾客投诉处理技巧

- 一、处理顾客投诉的程序与技巧
- 二、巧妙应对顾客的异议
- 三、道歉的学问与方法
- 四、防止商品失窃与失窃的处理方法
- 五、处理顾客抱怨的程序与技巧

#### 第6章 导购自身素质修炼

- 一、导购思维能力的拓展窍门
- 二、最棒导购必备的职业素质

## &lt;&lt;零售江湖之导购&gt;&gt;

## 章节摘录

第1章 导购的角色定位与岗位职责 想成为一个优秀的导购，首先要明白什么是导购？职责是什么？

我们在实际工作中经常问到导购：你知道自己的职责是什么吗？

答案很简单：卖好产品。

回答是没有错误，但如何卖好产品，里面的学问就多了。

也就是说把商品卖出去是导购员的天然职责，但成就一个好的导购员决不只是把商品卖出去这么简单。

销售既然是涉及到买卖双方的事，因此，站在顾客的角度，导购员的工作职责是：为顾客提供服务，帮助顾客在购买商品时作出最佳的选择。

一、优秀导购的角色扮演 一个优秀导购要是产品专家、品牌大使、沟通桥梁、生活顾问、服务大使、财务里手、心理专家、快乐使者甚至是交际家、装点师、情报员等。

下面我们详细阐述导购扮演的各种角色的内容。

1. 产品专家 要推销出自己的产品首先要懂得自己的产品，以及竞争品牌的产品，产品的优劣势，产品的技术含量，产品生产流程，产品的独特卖点，懂得越多，越容易使顾客信服。

所以导购员在闲暇时间要多了解这方面的知识。

例如：通过在网上查询、售后沟通、看产品培训手册、参加培训等来获取想得到东西。

不过在介绍产品时，一定要让顾客感觉这些知识是为顾客着想，是给他带来好处的。

2. 品牌大使 有人说：三流的导购卖品牌，二流的导购卖产品，一流的导购卖服务。

虽然无法验证这种说法是否得当，不过好品牌的东西，导购销售起来是很轻松的。

在实际生活中，一个优秀的导购要综合运用这些“卖点”的，抓住顾客心理看中的需要，再重点突出在某方面的介绍。

推销，顾名思义就是推广和销售。

推广品牌，销售产品，二者是统一的结合体。

这个时代，顾客在相信产品的同时，更看中品牌给其带来的利益和价值。

导购是和顾客直接接触的媒介，导购不能为了销售欺骗、隐瞒、夸大产品或品牌给顾客带来的价值。

好导购不仅自己为自己建立了品牌，更为企业的品牌和形象宣传扩大了影响。

3. 沟通桥梁 作为卖场与消费者的桥梁，导购代表要站在消费者的立场上，将他们的意见、建议与希望等情报传达给专卖店，以便制定更好的经营策略和服务策略。

同时导购要代表卖场将卖场的特卖、季节性优惠、赠品等各种促销活动的内容、活动期限了如指掌，一旦顾客询问到有关事项时，都给予详细的解答。

4. 顾问 只有事先充分了解自己所销售的商品的特性、使用方法、用途、功能、价值以及每一件货品将会给顾客带来的益处，才能够适时地为顾客提供最好的建议与帮助。

因此，一位优秀的导购代表，不仅在服务、业绩上有好的表现，同时还应该是顾客的生活顾客，应站在顾客的立场上给予他们最多的商品咨询和建议。

5. 服务大使 在现今如此激烈的市场竞争中，竞争优势将越来越多地来自于无形的服务，一系列微小的服务改善都能征服顾客，压倒竞争对手，要知道有优质的服务才是我们的取胜之道。

6. 财务里手 变通方有机会，整合才有效率。

作为一个导购如果死死遵守商场给予制定的产品毛利点，在实际销售工作中，不仅会增加销售难度，而且会因为一点毛头小利，让顾客感觉你这个导购不通人情，流失顾客。

所以导购要有一个明细的账目，让商场知道你销售的东西不仅没亏，而且总利润还增加了。

作为一个导购要清楚产品的销售额，为卖场创造的利润，促销活动的投资额、利润点、效果，以及别的品牌具体销售状况、利润、活动成本，来分析我品牌在该商场的优劣状况，帮助业务员做好在该商场的销售、回款、谈判工作。

7. 心理专家 有顾客喜欢讲：从事销售工作的，多是骗子，见人讲人话，见鬼讲鬼话。

销售人员，最忌讳就是一根筋，按照固定模式和形形色色的人群打交道。

## <<零售江湖之导购>>

作为导购必须会揣测顾客的心理活动，从具体的细节动作，穿着、举止、眼神、表情等，感知顾客的消费习惯，感知顾客的需求层次。

有的导购由于没有察觉顾客到底需要什么，把企业文化、产品系列、产品功能从头到尾全盘托出，搞得顾客听着都累，一走了之。

其实，顾客会有些潜意识动作需要导购去注意、留心他感兴趣的方面，无论价格、功能、款式、品牌、服务还是爱好、面子问题。

导购要试探性地发觉或询问出顾客的心理活动，知道他购买商品的目的。

要学会挖掘顾客的心理需求，无论成交与否，都将可能为我品牌带来好的影响。

8. 表演家 人说：三个女人一台戏。

如果三个导购在一起，又将是一场什么样的戏呢？

导购员每天要和顾客、商场人员、其他品牌的人打交道，如果没有一定的表演天分，想卖好产品是会有些难度。

表演能力、交际能力强的人总能左右逢源，使困难迎刃而解。

人都喜欢和积极主动、热情大方的人打交道，你的热情和积极总能感染周围的人群或顾客，得到意想不到的收获。

实际工作中发现，导购自己的千言万语，不如旁观者只言片语的杀伤力强，所以和商场管理人员、不同品牌之间的导购搞好关系，是必要的，人助者天助之。

9. 装点师 为什么说导购是装点师呢？

终端形象是产品的窗口、衣着，会装饰打扮者总能引起顾客的注意，一个好的环境，也能让顾客在你的展位面前多停留片刻。

不要让卖场的生动化、产品陈列整洁、标准化、礼品摆放、POP维护工作，都成为一种负累，要像打扮自己那般装点它们。

导购要想到人总是对事物或他人的第一印象比较深刻，所以你的展位、产品形象要设法摆设得让顾客一见钟情，过目不忘。

导购员在日常终端维护工作中最好能用5S管理方法要求自己，做到整理、整顿、清扫、清洁、素养。

P1-3

## <<零售江湖之导购>>

### 编辑推荐

《玩转零售江湖系列·首都职工素质建设工程专版教材：零售江湖之导购》从中国终端零售业的实际出发，理论与实际相结合，管理理念与经典案例相结合，语言通俗易懂，易于大众接受。

《玩转零售江湖系列·首都职工素质建设工程专版教材：零售江湖之导购》主要阐述了导购应具备的各项能力，包括心态管理、服务实战、岗位能力素质、销售实战演练、顾客投诉应对、商品陈列、店务处理等，使得读者能够全面、完整地了解导购工作，是一本实用性很强的导购人员从业指导用书。本书不仅可以作为零售业从业员的实践指导工具，而且也可以作为零售门店内部的培训教材，同时也是大、中专毕业生进行职业化训练与学习的辅导用书。



<<零售江湖之导购>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>